

# 2011-2015年中国旅游行业 分析及投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国旅游行业分析及投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/U72719M92G.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

智研数据研究中心 <http://www.abaogao.com>

随着社会的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强，旅游业对城市经济的拉动性、社会就业的带动力、以及对文化与环境的促进作用日益显现。旅游业是中国经济发展的支柱性产业之一。

2008年，我国旅游业连续遭受金融危机和各种突发事件、不利因素的冲击，经受了前所未有的考验。面对严峻的市场形势，我国旅游行业总体上保持了平稳发展。全年共接待入境游客1.30亿人次，实现国际旅游外汇收入408.43亿美元，分别比上年下降1.4%和2.6%；国内旅游人数17.12亿人次，收入8749.30亿元人民币，分别比上年增长6.3%和12.6%；中国公民出境人数达到4584.44万人次，比上年增长11.9%；旅游业总收入1.16万亿元人民币，比上年增长5.8%。

2009年，我国旅游业总体保持较快增长，旅游总收入实现较大幅度增长。初步统计全年旅游总收入约为1.26万亿元，比上年增长9%。其中，国内旅游市场持续快速增长，入境旅游市场逐步恢复，出境旅游市场平稳发展。同时，旅游投资规模大幅增长，企业经营业绩开始回升，旅游产业对经济社会带动作用进一步加强。

2010年我国旅游业三大市场实现全面恢复并较快增长，全国旅游业总收入1.57万亿元，同比增长21.7%。其中，国内旅游人数达21亿人次，同比增长10.6%；国内旅游收入1.26万亿元，同比增长23.5%。入境旅游人数达1.34亿人次，同比增长5.8%；出境旅游人数5739万人次，同比增长20.4%。

“十一五”期间，我国国内旅游人数年均增长12%，入境过境旅游人数年均增长3.5%，出境旅游人数年均增长19%，全国旅游业总收入年均增长15%。我国跃居全球第四大入境旅游接待国和亚洲第一大出境旅游客源国，居民人均出游率达1.5次，旅游直接就业达1350万人，旅游消费对社会消费的贡献超过10%，旅游业对我国经济社会发展的积极作用更加明显。

2010年上半年，我国旅游经济运行总体良好，增长动力比较充足，旅游消费保持旺盛，旅游市场较快增长，企业经营效益明显好转。初步统计国内旅游人数10.97亿人次，比上年同期增长8.6%；国内旅游收入6055亿元，增长20.6%。入境人数6550万人次，增长5.5%；旅游外汇收入215亿美元，增长14.5%。旅游总收入7500亿元，增长19%。上海世博会有效带动了东部地区旅游客源增长，但对东北和中西部地区客源产生了一定程度的分流效应；人民币升值进一步刺激出境旅游。

尽管全球经济面临许多不确定因素，但我国旅游业面临的重大机遇和基本环境没有改变，

旅游业总体发展趋势也不可能改变或逆转。我国经济社会发展的基本面没有改变，旅游业发展的动力依然强劲。我国对外开放不断扩大，各项改革稳步推进，城乡居民收入继续增长，居民旅游消费需求潜力依然巨大。改革开放30年奠定的坚实基础，将有力地支撑我国旅游业发展。

同时，2009年12月1日，《国务院关于加快发展旅游业的意见》正式发布，首次提出了“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业”，提出的5大措施指明了旅游产业升级方向。这将为我国旅游业带来新的发展机遇。预计2010年我国旅游总收入将达到1.44万亿，增长率为11.6%。到2020年，中国可能超过法国成为世界第一大最受欢迎的旅游目标国。

## 第一章 旅游行业概述

### 第一节 旅游的定义论述

#### 一、旅游的定义

#### 二、现代旅游业定义

#### 三、国际组织关于旅游的定义

#### 四、对国内旅游者的定义

#### 五、关于定义的采纳效果

### 第二节 旅游业相关概述

#### 一、旅游的观念

#### 二、旅游的特征

#### 三、旅游时间与旅游地的选择

#### 四、旅游业发展的阶段性与转型

#### 五、体验旅游同观光旅游的比较

### 第三节 我国旅游业的政策环境

#### 一、我国假日旅游市场监管情况

#### 二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况

#### 三、我国高尔夫旅游服务法规情况

#### 四、云南面向全国发行旅游护照情况

#### 五、对旅游业发展政策取向的思考

## 第二章 世界旅游行业发展分析

### 第一节 世界旅游业发展状况

#### 一、世界旅游业发展现状

二、2010年世界旅游业的市场发展情况

三、2011年世界旅游业的市场发展情况

四、世界旅游业发展必须实现智能化

第二节 世界各地和国家旅游市场发展情况

一、2011年亚太地区旅游发展情况

二、2011年非洲旅游业发展情况分析

三、2011年法国旅游业发展情况分析

四、2011年美国旅游业发展情况分析

五、2011年巴西旅游业发展的新动态

六、2011年澳大利亚旅游业推出旅游振兴计划

七、2011年欧洲旅游业发展情况分析

八、2011年东南亚旅游业发展情况分析

第三章 中国旅游行业发展分析

第一节 中国旅游业概况

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国入境旅游的产业地位分析

第二节 2010-2011年我国旅游业数据分析

一、2010年主要客源市场情况

二、2011年主要客源市场情况

三、2010年我国入境游情况

四、2011年我国入境游情况

五、2010年入境旅游外国人人数数据

六、2011年入境旅游外国人人数数据

七、2010年我国各省市入境旅游接待情况

八、2010年我国主要城市入境旅游接待情况

九、2011年我国各省市入境旅游接待情况

十、2011年我国主要城市入境旅游接待情况

### 第三节 2007-2011年中国旅游业发展分析

一、2007年中国旅游业的发展状况

二、2008年中国旅游业的发展状况

三、2009年中国旅游业的发展状况

四、2010年中国旅游业的发展状况

五、2011年中国旅游业发展概况

### 第四节 我国旅游业发展的问题

一、景区的组织类型设计与企业改制问题

二、旅游集团的组建及其结构安排问题

三、“软实力”产业与企业功能创新问题

四、产业链与价值链的拓展问题

五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题

六、政府主导范围的设定和能力的增强问题

七、中国旅游业的竞争弊端问题

八、我国旅游市场的导游问题

九、中国旅游业面临后劲不足难题

十、中国旅游业或面临投资过热问题

### 第五节 我国的海洋旅游文化资源及其开发情况

一、我国海洋旅游文化资源的类别与形态

二、开发我国海洋旅游文化资源的现实意义

三、我国海洋旅游文化产品体系的建构

### 第六节 我国旅游业信息化的发展情况分析

一、我国旅游业信息化的发展现状

二、传统旅游商业模式遭遇信息服务瓶颈

三、现代旅游业发展依赖信息网络

四、打造旅游强国离不开信息化支撑

五、信息化激发旅游业新活力

### 第七节 我国旅游电子商务市场发展分析

一、我国旅游电子商务市场存在的问题

二、推动我国旅游电子商务发展的措施，

### 第八节 旅游传媒与旅游市场营销分析

一、旅游企业要重视通过媒体进行品牌传播

二、品牌传播要选择主流媒体

三、品牌传播要注重事件营销

## 第四章 细分市场发展分析

### 第一节 乡村旅游业市场发展分析

一、世界乡村旅游发展现状

二、北美乡村旅游发展特点及对我国的启示

三、我国乡村旅游产业组织模式探讨

四、中国乡村旅游发展的矛盾

五、我国乡村旅游开发中的问题分析

六、我国乡村旅游发展中的政府职能定位

七、农业部、国家旅游局合力推乡村旅游

### 第二节 农业旅游业市场发展分析

一、世界旅游农业发展概况及其对中国的启示

二、欧美国家农业旅游的基本特征

三、我国农场旅游开发思路与产品设计

四、我国农业生态旅游资源及其发展现状

### 第三节 假日旅游业市场发展分析

一、度假旅游概述

二、中国旅游度假的现状与发展前景

三、我国度假旅游的发展道路

四、度假旅游市场潜力分析

五、度假旅游的性质特征与优势

### 第四节 生态旅游业市场发展分析

一、生态旅游的兴起

二、我国生态旅游的发展现状及发展前景

三、中国特色的生态旅游之路的探索

四、关于建立我国生态旅游认证制度的思考

五、国家旅游局将09年定为中国生态旅游年

### 第五节 大城市旅游市场发展分析

一、构建大城市旅游圈的机遇

二、我国主要旅游城市

- 三、我国大城市旅游圈划分的设想
- 四、我国大城市旅游发展的特征
- 第六节 中国大学生旅游市场发展分析
  - 一、开发大学生旅游市场的可行性
  - 二、大学生旅游市场的特征
  - 三、大学生旅游市场的开发策略
- 第七节 工业旅游市场发展分析
  - 一、世界工业旅游的发展状况
  - 二、工业旅游的由来及国际经验
  - 三、我国工业旅游的发展现状
  - 四、推进我国工业旅游发展的意义和作用
  - 五、对发展工业旅游的几点思考
- 第八节 我国红色旅游市场发展
  - 一、红色旅游产品开发原则
  - 二、红色旅游资源开发
  - 三、我国红色旅游的发展情况
  - 四、我国红色旅游经典景区的打造情况
  - 五、2011年中国红色旅游综合收入预测
- 第九节 在线旅游市场发展分析
  - 一、在线旅游市场发展情况
  - 二、我国在线旅游业存在的问题
  - 三、2010-2013年中国在线旅游市场规模
- 第十节 其他旅游业细分市场发展分析
  - 一、2011年中国旅游房地产发展情况
  - 二、中国旅游房地产发展趋势分析
  - 三、世界商务旅游发展情况和趋势
  - 四、商务旅游产业发展方向研究
  - 五、旅游业发展应保存古村镇的生活空间
  - 六、我国古村镇旅游发展状况 2
  - 七、旅行社网站营运中存在的问题与建议

## 第五章 区域市场分析



## 第一节 海南省旅游业市场发展分析

- 一、海南旅游发展阶段的划分
- 二、海南旅游的萌芽期和起步期
- 三、海南旅游进入品牌建设时代
- 四、2010年海南旅游业发展情况
- 五、2011年海南旅游业发展情况

## 第二节 深圳旅游业市场发展分析

- 一、2010年深圳旅游业发展情况
- 二、2011年深圳力推旅游产业六大工程
- 三、2011年深圳旅游业发展分析
- 四、2011年深圳黄金周旅游收入分析
- 五、2011年深圳暑期旅游市场分析

## 第三节 四川省旅游业市场发展分析

- 一、四川省旅游业发展的地理优势
- 二、四川省旅游发展概况
- 三、2010年四川省旅游总收入情况
- 四、2011年四川旅游业发展分析
- 五、2012年四川省旅游产业发展预测

## 第四节 北京旅游业市场发展分析

- 一、2010年北京乡村旅游发展分析
- 二、2011年北京旅游业发展分析
- 三、2011年北京旅游业融资分析
- 四、2011年北京旅游业发展再提速
- 五、2011年黄金周北京旅游情况

## 第五节 其他地区旅游业市场发展情况

- 一、2010-2011年西安旅游业发展情况
- 二、2010-2011年广西旅游市场运行分析
- 四、2010-2011年云南旅游业市场发展预测
- 四、2011年福建旅游业发展情况

## 第六章 旅游行业竞争分析

### 第一节 中国旅游业的国际竞争力分析

- 一、中国旅游国际竞争力的整体水平概述
- 二、中国旅游业参与国际竞争的优势分析
- 三、中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

## 第二节 中国旅游业市场竞争概况

- 一、2010年中国旅游竞争力全球排名
- 二、中国旅游市场价格竞争过度分析
- 三、我国旅游市场中的不正当竞争现象
- 四、中国在线旅游业竞争激烈
- 五、中国旅游业提升营销竞争力
- 六、中国旅游竞争力有望迅速提升

## 第三节 旅游业的人才竞争探讨

- 一、旅游业人才竞争的层次
- 二、旅游业人才竞争的特点
- 三、旅游业人才竞争策略

## 第四节 中国旅游业的竞争战略

- 一、中国内资旅行社的市场竞争战略
- 二、旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键
- 三、提高旅游企业竞争力八大策略

## 第七章 优势企业分析

### 第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2010年企业经营情况分析
- 三、2011年企业经营情况分析
- 四、2010-2011年企业财务数据分析
- 五、2011年公司发展展望及策略

### 第二节 深圳华侨城控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2010年企业经营情况分析
- 三、2011年企业经营情况分析
- 四、2010-2011年企业财务数据分析
- 五、2011年公司发展展望及策略

### 第三节 云南旅游股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

#### 三、2011年企业经营情况分析

#### 四、2010-2011年企业财务数据分析

#### 五、2011年公司发展展望及策略

### 第四节 北京首都旅游股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

#### 三、2011年企业经营情况分析

#### 四、2010-2011年企业财务数据分析

### 第五节 桂林旅游股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

#### 三、2011年企业经营情况分析

#### 四、2010-2011年企业财务数据分析

#### 五、2011年公司发展展望及策略

### 第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

#### 三、2011年企业经营情况分析

#### 四、2010-2011年企业财务数据分析

#### 五、2011年公司发展展望及策略

### 第七节 峨眉山旅游股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

#### 三、2011年企业经营情况分析

#### 四、2010-2011年企业财务数据分析

#### 五、2011年公司发展展望及策略

### 第八节 黄山旅游发展股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2011年公司发展展望及策略

第九节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2011年公司发展展望及策略

第十节 西安旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2011年公司发展展望及策略

第八章 2011-2015年旅游行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行情况分析

二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行情况分析

二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

一、重点政策汇总

二、重点政策和重大事件分析

三、旅游政策未来发展趋势

第四节 社会环境对旅游行业影响分析

一、行业发展社会环境概述

二、具体社会环境分析

第九章 2011-2015年产业链发展分析及其影响

## 第一节 上游产业链的构建与整合

- 一、旅游产业链内涵
- 二、旅游产业链体系的构建
- 三、旅游产业链存在的问题
- 四、旅游产业链整合对策

## 第二节 中国旅游产业链存在的问题及发展对策探析

- 一、旅游产业链存在的问题
- 二、旅游产业链构建的政策建议
- 三、构建旅游产业链的途径

## 第三节 应加快构建我国区域旅游产业链

- 一、发展时机与政策背景
- 二、综合考量 做实规划
- 三、多方互动打造产业的整体性
- 四、合纵连横构建旅游大产业链

## 第十章 2011-2015年旅游行业发展趋势预测

### 第一节 世界旅游业发展趋势分析

- 一、未来五年世界旅游业的发展新趋势
- 二、未来世界旅游市场的发展趋势和特征
- 三、世界环保旅游的发展趋势
- 四、未来五年全球最热门旅游地
- 五、世界旅游发展六大新趋势

### 第二节 2011年中国旅游市场变化趋势

- 一、短途旅游将成为旅游市场新趋势
- 二、传统节日将成旅游市场新宠
- 三、个性化休假将成时尚
- 四、春节、十一黄金周看涨
- 五、暑假游成旅游市场黄金月

### 第三节 2011年我国旅游业市场发展情况及预测

- 一、2011年中国居民旅游消费意愿分析
- 二、2011年中国旅游业将面临巨大机遇
- 三、2011年我国旅游市场热点分析

四、2011年旅游业支撑点分析

五、2011年旅游市场预期

六、2011年旅游市场大猜想

第四节 2011-2020年我国旅游市场发展趋势

一、2011年后到中国旅游人数预测

二、2015年中国旅游市场发展趋势

三、到2020年我国旅游消费市场趋势

第五节 我国旅游细分市场发展趋势

一、中国网络旅游市场发展趋势

二、我国西部旅游产业发展趋势

三、我国邮轮旅游发展趋势

四、我国南极旅游发展趋势

五、2011年中西部旅游业收入预测

六、我国露营旅游市场未来需求分析

第十一章 2011-2015年行业发展战略探讨

第一节 我国体育旅游发展策略

一、体育旅游的内涵及意义

二、我国体育旅游发展现状与存在问题

三、我国体育旅游的发展对策

第二节 发展会展旅游的对策与建议

一、加大对会展旅游的宣传力度

二、充分发挥政府在发展会展旅游中的重要作用

三、成立会展行业协会和专业会展旅行社

四、健全有关会展旅游的法律法规

五、加强会展旅游人才的培养

六、争取社会各界的支持

七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性旅游的开发策略

一、我国女性旅游的影响因素

二、开发我国女性旅游市场的策略

第四节 我国导游的发展策略

- 一、提升文化素养
- 二、自身素质专业化
- 三、重视差异化服务
- 四、具备强健的体魄

#### 第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

- 一、旅行社品牌发展存在的问题
- 二、旅行社品牌现状的SWOT分析
- 三、旅行社在竞争中的应对策略分析

#### 第六节 我国旅游业应对“散客时代”的策略

- 一、制约散客旅游市场发展的主要问题
- 二、应对“散客时代”的策略

#### 第七节 我国旅游业竞争力提升策略

- 一、构建城市旅游业的核心竞争力
- 二、城市旅游业核心竞争力“范式”的构建
- 三、提升我国旅游服务贸易竞争力

#### 第八节 我国旅游业产业功能的转变和再定位

- 一、从国际格局演变看中国旅游产业转型
- 二、从中国国内发展历程看中国旅游产业功能转变
- 三、我国旅游产业功能的新定位

#### 第九节 基于SWOT分析的中原城市群旅游发展对策

- 一、中原城市群旅游产业SWOT分析
- 二、中原城市群旅游发展对策

#### 第十节 旅游客源市场等级划分理论的应用

- 一、空间距离递减规律
- 二、旅游竞争态模型
- 三、引力模型

### 第十二章 2011-2015年旅游行业风险评估

#### 第一节 宏观经济波动风险及防范措施

- 一、2011年全球宏观经济风险
- 二、2011年我国国内的宏观环境风险

#### 第二节 旅游业面临的政策风险

一、《旅行社条例》5月1日起施行，竞争风险加剧

二、海南国际旅游岛获批带来投机风险

### 第三节 旅游业务面临的其他风险

一、旅游业对战争、瘟疫等突发性灾害较敏感

二、旅游业公司治理因素

三、安全因素

四、生态风险和文化风险

### 第四节 旅游行业风险分析

一、周期性

二、产业政策的变化

三、行业内竞争程度

四、行业的国际竞争力

五、政治事件

六、季节性经营

七、汇率的波动

## 第十三章 2011-2015年旅游业投资战略探讨

### 第一节 境外对我国旅游业投资情况

一、境外资本正加快投身我国旅游业

二、境外资本占我国旅游资本总量比重情况

三、境外资本投资西部情况

### 第二节 我国旅游业投资存在的误区及建议

一、我国旅游投资存在的误区

二、纠正当前我国旅游投资误区的对策建议

### 第三节 我国旅游业市场投资分析

一、近几年我国旅游业投资年均增长情况分析

二、我国中部旅游业投资情况

三、旅游行业投资机会分析

四、中国商旅市场的投资发展潜力

五、2011年中国旅游投资的新特点

六、到2011年我国旅游业投资总量预测

七、旅游业投资现状与未来



详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/U72719M92G.html>